

**Міністерство освіти і науки України**  
**Запорізький національний технічний університет**  
**Наукова бібліотека**

**Сучасна реклама: нові тренди  
просування товарів та послуг**  
**Рекомендаційний покажчик літератури**

**Запоріжжя**

**2017**



Сучасна реклама це складна кон'юнктурна діяльність, що поєднує в собі як творчій, так і діловий початок.

Умови жорсткої конкуренції сучасного ринку змушують рекламні компанії створювати більш вигідні для клієнта умови контракту, а також, безумовно, винаходити все більш нові і витончені способи впливу на потенційного споживача. Сучасна реклама прагне відповідати новим правилам: мінімум реклами, максимум ефекту.

Сучасна якісна реклама, це та реклама, яка виконана з урахуванням позиції сприйняття та аналізу споживання продукту. Знання та рівень сучасної психології дозволяє використовувати її досягнення в рекламних цілях, в значній мірі посилити ефект від самої реклами. Для цього активно використовуються психологічні прийоми, наприклад, підсвідомі установки сприйняття інформації.

Реклама дуже давно стала одним з найважливіших атрибутів розвитку сучасного суспільства, про що свідчить фраза «Реклама - двигун торгівлі». Слова цієї фрази вже давно стали афоризмом, але до них можна ще додати й інші: сучасна реклама - двигун прогресу.

Будь-яка комерційна діяльність без реклами в наш час не має шансу на розвиток, ні для кого не є секретом. Правильне розміщення реклами, є відмінним вкладенням коштів, що приносить непогані дивіденди. Але неможливо знайти рекламу, здатну вплинути на все суспільство в цілому. Такої реклами просто не існує. Як і немає кращого або гіршого позиціонування реклами. У цьому і особливість сфери рекламних послуг.

Першочерговим завданням для рекламодавців є визначення цільової аудиторії. Це одне з найважливіших умов ефективності реклами. Причому вибір повинен здійснюватися за віком, сферою занять, статевою приналежністю. Якщо рекламодавець створить рекламу, розраховану на зацікавленого в його послугах або товарах споживача, його бізнес від цього тільки виграє.

Створювати рекламу, що продає, просто: достатньо для цього зробити її унікальною, несхожою ні на які інші, і донести до споживача вигоди від придбання даного продукту.

Метою бібліографічного покажчика «Сучасна реклама: нові тренди просування товарів та послуг» є ознайомлення викладачів та студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів з останніми дослідженнями та досягненнями в організації нових вітчизняних та міжнародних технологій просування товарів та послуг.

До покажчика входять книги, статті періодики, які є в бібліотеці університету за період з 2012-2017 рік українською, російською та англійською мовами.

Матеріал розміщено за розділами, всередині кожного розділу – за алфавітом авторів та заголовків.

## 1. Маркетингові дослідження в рекламі

1. Анализ размещения рекламы в различных СМИ // Капстроительство. – 2016. – № 4 (152). – С. 32-33.
2. Анализ рекламы, размещенной в СМИ компаниями рынка FMCG // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 3. – С. 46-53.
3. Андрощук Г. Слабкість загальновідомих і знаменитих знаків (ослаблення розпізнавальної здатності чи рекламної цінності знака для товарів та послуг) / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2012. – № 1. – С. 28-37. – Початок 2011р. № 12.
4. Бурма С. І. Вплив реклами на формування споживчого попиту / С. І. Бурма, К. С. Бабенко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 2. – С. 110-111.
5. В Беларуси впервые составлен рейтинг РА, основанный на опросе рекламодателей // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 1. – С. 82-84.
6. Вирко А. Все, что нас не убивает, делает нас сильнее : [украинские маркетинг и реклама в условиях падения экономики страны] / А. Вирко // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 1. – С. 16-17.
7. Влияния показов рекламы на визиты пользователей // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 6. – С. 46-49.
8. Всеукраинская рекламная коалиция. Итоги года : [показатели работы крупнейшего общественного объединения рекламной индустрии Украины, включающего в себя более 100 компаний, работающих на рекламном рынке] // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 6. – С. 14-31.
9. Ганюков А. Универсальных исследовательских методов не существует : [проведение рекламных исследований] / А. Ганюков // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 38-40.
10. 658.01 Л89 Горбаль Н. І. Тенденції розвитку світового та українського рекламних ринків / Н. І. Горбаль // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 778. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2013. – С. 147-151.
11. Горонович С. Клиент всегда прав! Не суетись под клиентом! : [взаимодействие заказчика и рекламного агентства. Рекомендации для менеджеров, работающих в рекламных агентствах] / С. Горонович // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 7-8. – С. 25-27.

12. Грей О. Боротьба з дискримінацією у рекламі через ефективне саморегулювання / О. Грей // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 4. – С. 13-14.
13. Грин Э. Исследование факторов, влияющих на вирусное распространение рекламных роликов / Э. Грин // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 4. – С. 18-23.
14. Губанова И. На грани пирамиды : [влияние рекламы на стимуляцию желаний покупателей] / И. Губанова // Бизнес. – 2013. – № 3 (21 января). – С. 45-48.
15. Данилевська А. В. Реклама в умовах ринкової економіки / А. В. Данилевська // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 3. – С. 246-248.
16. Доценко А. Итоги первого полугодия 2015 года на рынке Out of Home рекламы : [исследование рынка рекламы в Украине] / А. Доценко // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 4. – С. 36-43.
17. Исследование автомобильной рекламы : [финансовые затраты автопроизводителей на рекламу в 2016 году] / Nielsen // Маркетинговые исследования в Украине. – 2017. – № 1. – С. 48-49.
18. Исследование влияния рекламы на принятие решения // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 4. – С. 47.
19. Исследование основных факторов эффективности рекламы / Research & trends // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 3. – С. 42-53.
20. Исследование потребительского восприятия рекламы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 1. – С. 81-83.
21. Исследования отношения европейских потребителей к интерактивной наружной рекламе // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 4. – С. 70-71.
22. Какой рекламе доверяют украинцы : [маркетинговые исследования] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 5. – С. 55.
23. Каминский Д. Экономика рекламы. Принципы построения рекламного бюджета / Д. Каминский // Справочник экономиста. – 2015. – № 1-2. – С. 37-45.
24. Карпов Е. Р. Організація рекламної кампанії як стимулятор продажу товару / Е. Р. Карпов, А. Ю. Панкова // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 2. – С. 387-389.

25. Козицкая Г. В. Психологические аспекты воздействия рекламы / Г. В. Козицкая, О. В. Довбищук // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 2. – С. 433-435.
26. Козицька Г. В. Современная реклама: этический аспект / Г. В. Козицька, К. С. Козлова // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 3. – С. 47-49.
27. Компания Millward Brown сверила с фактами свои прогнозы на прошедший 2014 год : [Millward Brown - международная исследовательская сеть, оказывающая услуги в области исследования рекламы и брэндов. Прогнозы относительно микровидео, гаджетов и проч.] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 1. – С. 42-46.
28. Конон Л. Реклама - смотри! : [маркетинговые исследования рекламы] / Л. Конон // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 4. – С. 20-23.
29. Кракович Д. Доля рекламных исследований у нас даже выше чем за рубежом / Д. Кракович // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 46-47.
30. Ч21  
Т39 Круглікова В. В. Автоматизація планування рекламної діяльності підприємства / В. В. Круглікова, К. О. Фандєєва // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 3. – С. 357-358.
31. Лазебник М. Объем рекламного рынка Украины 2014. Обновленный экспертный прогноз всеукраинской рекламной коалиции / М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 4. – С. 8-13.
32. Лазебник М. Объем рекламного рынка Украины 2015 и прогноз объемов рынка 2016. Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции / М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 6. – С. 41-47.
33. Лазебник М. Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины 2013 и развитие рынка в 2014 году. Экспертный прогноз всеукраинской рекламной коалиции / М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 6. – С. 27-37.
34. Лазебник М. Объемы рекламно-коммуникационного рынка Украины в 2012 году и прогноз развития рынка в 2013 году. Экспертная оценка всеукраинской рекламной коалиции / М. Лазебник // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 6. – С. 77-84.
35. Лазебник М. Що потрібно знати про фестивалі реклами / М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 3. – С. 22-24.
36. Левченко А. О. Поняття шкідливої інформації в галузі реклами через призму захисту прав дітей / А. О. Левченко // Часопис Київського університету права. – 2016. – № 1. – С. 367-370.

37. Медведєва Г. В. Комунікативні стратегії реклами в чоловічих журналах / Г. В. Медведєва // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 3. – С. 563-565.
38. Николаева Т. Джинс-тоник : [маркетинговые исследования продаж и рекламы джинсовой одежды] / Т. Николаева // Бизнес. – 2012. – № 41 (8 октября). – С. 66-68.
39. Новости маркетинговых исследований в Украине : [аграрный рынок Украины в 2015. Рынок digital-рекламы Украины - 2015] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 6. – С. 12-13.
40. Новости маркетинговых исследований за рубежом : [мировой рынок сахара, смартфонов, терденции рынка сырья для выплавки стали, рынок интернет-рекламы, исследование использования YouTube] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2017. – № 2. – С. 11-13.
41. Объем рекламного рынка Украины в 2014 году (обновленный экспертный прогноз Всеукраинской рекламной коалиции ) // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 4. – С. 44-49.
42. Ч21 Т39 Панкова А. Ю. Організація рекламної кампанії як стимулятор продажу товару / А. Ю. Панкова, Є. Р. Карпов // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2013. – Т. 3. – С. 152-153.
43. Патрахалко К. С. Система обліку і адміністрування рекламної інформації / К. С. Патрахалко, Ю. С. Гончаров, Г. В. Табунщик // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 1. – С. 467-468.
44. Попова Ю. М. Особливості маркетингових досліджень рекламної діяльності / Ю. М. Попова // Економіка і регіон. – 2015. – № 1. – С. 74-79.
45. Прогноз ZenithOptimedia: рост глобального рекламного рынка ускорится // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 3. – С. 28-33.
46. Рекламные исследования - важный сегмент исследовательского рынка и прерогатива крупных заказчиков (материалы блиц-опроса экспертов) // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 16-25.
47. Ромат Е. Государственная реклама в системе государственного маркетинга / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 11-12. – С. 28-33.
48. Ромат Е. Реклама в реализации технологий торгового маркетинга / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 4. – С. 22-31.
49. Ромат Е. Роль рекламы в реализации маркетинговых технологий / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 1. – С. 40-49.

50. Ромат Т. Захист прав інтелектуальної власності при використанні торговельних марок у рекламі / Т. Ромат // Інтелектуальна власність. – 2012. – № 2. – С. 30-34.
51. Рост рекламных бюджетов и оптимизм рекламодателей // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 5. – С. 54-57.
52. Сердечна Л. В. Особливості становлення національної рекламної галузі в 1991-1996 рр. / Л. В. Сердечна // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2016. – № 3. – С. 5-12.
53. Сердечна Л. В. Особливості розвитку національної рекламної галузі в 1997-2002 рр. / Л. В. Сердечна // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2016. – № 4. – С. 11-19.
54. Сиволап Т. Г. Реклама в умовах ринкової економіки / Т. Г. Сиволап, А. В. Тимченко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 2. – С. 88-89.
55. Ч21 Сигида Г. А. Реклама як джерело історичної інформації / Г. А. Сигида, Т39 С. А. Левченко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2013. – Т. 2. – С. 258-259.
56. Соломянюк Н. М. Тенденції розвитку рекламно-комунікаційного ринку України / Н. М. Соломянюк // Економіка. Фінанси. Право. – 2014. – № 7. – С. 20-24.
57. Федоришина Е. Исследования рекламной кампании участников предвыборной президентской гонки в США / Е. Федоришина // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 6. – С. 42-47.
58. Фитч Д. Оптимизация рекламы: короче - значит лучше? / Д. Фитч // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 4. – С. 70-75.
59. Фролов Д. Знаменитости в рекламе: за и против, что делать и чего не делать : [маркетинговые исследования] / Д. Фролов // Банковский менеджмент. – 2017. – № 1. – С. 38-41.
60. Хельде А. Противоречивость рекламных коммуникаций : [психология рекламной деятельности] / А. Хельде // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 9. – С. 52-59.
61. Хлюст Л. П. Реклама как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций / Л. П. Хлюст, Н. О. Вербицкая // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 6. – С. 162-165.
62. Холод О. А. Напрямки підвищення конкурентоздатності рекламного агентства / О. А. Холод, А. Ю. Панкова // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 2 – С. 395-398.



63. Чиглинець С. Исследования рекламы практически всегда занимали и будут занимать лидирующее положение / С. Чиглинець // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 26-28
64. Шведун В. О. Використання статистичного моделювання для визначення перспективної кількості випадків недотримання законодавства про рекламу / В. О. Шведун, С. В. Хламов // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 10. – С. 389-396.
65. Шведун В. О. Досвід країн Європейського Союзу щодо державного управління рекламною діяльністю / В. О. Шведун // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 84-90.
66. Шмиголь Н. М. Окупність витрат на рекламу: оцінка та аналіз / Н. М. Шмиголь // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2014. – № 4. – С. 15-18.
67. Юринець З. В. Зарубіжний досвід розбудови систем державного регулювання рекламних ринків: перспективи функціонування в Україні / З. В. Юринець, О. А. Леськів // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 12. – С. 97-109.
68. Hernandez R. Большая рекламная идея : область, где исследования имеют особое значение / R. Hernandez // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 5. – С. 80-84.
69. Hunjra A. I. Cause related marketing and its impact on sales: mediating by brand loyalty and customer purchase intention = Рекламна добродіяльність та її вплив на продажі, лояльність до бренду та намір купівлі / A. I. Hunjra, Rauf-I-Azam, A. A. Humayoun // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 5. – Р. 468-476.
70. Manzhos T. V. Optimal advertising policy for the diffusion model of innovations = Оптимальні рекламні стратегії при моделюванні попиту на інноваційний продукт / T. V. Manzhos // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 9. – Р. 511-517.
71. Madiawati P. N. Celebrity and halal certificates factors influence on customers' buying interest = Відомі люди в рекламі та халяльна сертифікація як фактори впливу на зацікавленість споживачів / P. N. Madiawati, M. Pradana // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3. – Р. 109-116.
72. Pursky O. I. Planning of advertising costs and vendor number at e-trade market = Планування витрат на рекламу і кількість продавців на електронному торговельному ринку / O. I. Pursky, B. V. Grynyuk, D. A. Shestopal // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3. – Р. 407-413.

73. Shan S. Z. Advertising effects on firm economic performance = Вплив реклами на економічні показники фірми / S. Z. Shan, H. H. Mirza, Q. Abbas // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 3. – Р. 519-525.
74. UMG и Kwendi Impact Studies исследовали закономерности восприятия рекламы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 1. – С. 32-33.
75. ZenithOptimedia дал прогноз развития крупнейших рекламных рынков мира // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 4. – С. 28-32.
76. ZenithOptimedia: прогноз развития глобального рекламного рынка в 2012 году // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 4. – С. 62-67.

## 2. Рекламні інновації у господарських сферах

77. Белоголовая М. В детском маркетинге сплошная проекция и ассоциативность! : [ реклама детских товаров ] / М. Белоголовая // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 36-37.
78. Візіренко С. В. Організація бухгалтерського обліку рекламної діяльності підприємства / С. В. Візіренко, О. О. Єрмакова // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 2. – С. 364-366.
79. Вітренко А. Необхідність рекламної діяльності банківських установ в умовах кризових явищ в економіці України / А. Вітренко // Банківська справа. – 2012. – № 3. – С. 72-80.
80. 658.7 Л89 Височан О. С. Податкові наслідки проведення рекламних акцій для підприємств туризму / О. С. Височан // Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 811. Логістика. - Львів, 2014. – С. 28-35.
81. Ворожок не рекламуємо? : [роз'яснення щодо закону України про заборону поширення реклами послуг ворожок і гадалок в ЗМІ] // Журналіст України. – 2012. – № 3. – С. 43-44.
82. Директ-маркетинг в банковской сфере : [реклама в финансовой среде] // Банковский менеджмент. – 2016. – № 1. – С. 54-56.
83. Ч21 Т39 Горлачева В. В. Коммуникативные стратегии туристической рекламы / В. В. Горлачева // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. – С. 92-93.
84. Залевська Л. Портфоліо рекламно-іміджевої продукції бібліотеки / Л. Залевська // Бібліотечна планета. – 2015. – № 4. – С. 19-20.
85. История водки TRUMP : [история продвижения бренда, реклама] // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 5. – С. 56-58.

86. У543 М74 Каптюх Т. В. Міфодизайн у сучасному світі : [міфодизайн у створенні туристичної реклами] / Т. В. Каптюх // Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід. – Запоріжжя, 2014. – С. 301-304.
87. Купрєєва О. П. Особливості проведення рекламної кампанії у медицині / О. П. Купрєєва, А. А. Манькова // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 3. – С. 27-28.
88. Манжос Т. В. Модель дифузії інновацій з урахуванням реклами в умовах сегментованого ринку / Т. В. Манжос, О. О. Мельник // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 4. – С. 401-407.
89. Пашков В. М. Зарубіжний досвід правового регулювання реклами лікарських засобів / В. М. Пашков, А. О. Олефір // Часопис Київського університету права. – 2017. – № 1. – С. 129-135.
90. Ч21 Т39 Перевертайло А. В. Рекламно-інформаційна діяльність в туризмі / А. В. Перевертайло // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. – С. 74-76.
91. Ч21 Т39 Погребна В. А. Управління рекламною діяльністю на сучасному етапі в туризмі: сутність і специфіка / В. А. Погребна // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. – С. 71-72.
92. Представлена методика оцінки реклами на общественном транспорте // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 5-6. – С. 58-59
93. Про рекламу лікарських засобів // Інтелектуальна власність в Україні. – 2012. – № 6. – С. 69-71.
94. Пташник В. Попередження оманливої реклами (на прикладі реклами лікарських засобів) / В. Пташник, Л. Санжаровська-Гурлач // Інтелектуальна власність в Україні. – 2013. – № 1. – С. 43-48.
95. Ч21 Т39 Пугачова Ю. В. Необхідність проведення рекламної кампанії в охоронній організації / Ю. В. Пугачова // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. – С. 289-290.
96. Ромат Е. Детство автомобильной рекламы. Америка 1900-1910 гг. General Motors / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 3-4. – С. 70-75.
97. Ромат Е. Детство автомобильной рекламы. Америка 1900-1920 гг. General Motors. Oldsmobile / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 2. – С. 48-53.
98. Ромат Е. Детство автомобильной рекламы. Америка 1900-1920 гг. Haines-Apperson / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 3. – С. 58-63.

99. Ромат Е. Детство автомобильной рекламы. Америка 1910-1920 гг. General Motors. Chevrolet / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6. – С. 68-74.
100. Ромат Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи (ИМКМП) : [рекламные технологии : воблеры, мобайлы, джумби, напольные фигуры и др.] / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 11-12. – С. 36-49.
101. Kostic-Stankovic V. Optimization of the university promotion plan = Оптимізація плану рекламування навчального закладу / V. Kostic-Stankovic, D. Makajic-Nikolic, M. Martic // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1. – Р. 377-385.
- 3. Ефективність рекламної діяльності**
102. Дудко О. С. Оцінювання дієвості та ефективності реклами / О. С. Дудко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 174-182.
103. Ч21 Зайцева В. М. Оцінка ефективності рекламної концепції / В. М. Зайцева Т39 // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 3. – С. 320-321.
104. Лишь половина из маркетологов отслеживают эффективность мобильной рекламы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 3. – С. 70-71.
105. Никоненко С. В. Реклама як ефективний засіб маркетингової комунікації / С. В. Никоненко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 3. – С. 319-320.
106. Окландер Т. Методика ІМТ: підвищення ефективності маркетингових комунікацій : [методика ІМТ як інструмент розробки комунікативної стратегії, вибору адекватних рекламних носіїв, кількісної оцінки результативності впливу на потенційних покупців] / Т. Окландер, І. Окландер // Економіст. – 2013. – № 2. – С. 57-60.
107. Павлишина Н. М. Эффективность рекламы на рынке меховых изделий / Н. М. Павлишина, А. Ю. Яблуновская // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 2. – С. 409-410.
108. Павлішина Н. М. Позитивні тригери в рекламній діяльності / Н. М. Павлішина, Ю. В. Сухорученко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 3. – С. 449-450.
109. Пасечник В. Атипичные исследования: Быстро. Бесплатно. Мгновенный успех : [исследование эффективности рекламы] / В. Пасечник // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 56-59.

110.           Примак Т. Ще раз про ефективність реклами / Т. Примак // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 1. – С. 21-24.
111.           Твоус Д. Эффективность креативной составляющей рекламы / Д. Твоус, П. Джонс // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 1. – С. 58-64.
112.           Тейлор Э. Три способа убить эффективность рекламной кампании (наиболее частые ошибки при оптимизации кампаний в контекстной рекламе) / Э. Тейлор // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 1. – С. 38-39.
113. Ч21       Третяк К. Г. Психологічна ефективність рекламного повідомлення  
Т39           / К. Г. Третяк, Т. О. Бородулькіна // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 3. – С. 236-238.
114.           Хлюст Л. П. Теоретические подходы к оценке эффективности рекламной деятельности туристического предприятия / Л. П. Хлюст // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 5. – С. 157-160.
115.           Эффективность маркетинга и рекламы в социальных медиа // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 4. – С. 38-41.
116.           Blazquez-Resino J. J. Economic efficiency of advertising: some evidences from internet publicity = Економічна ефективність реклами на прикладі інтернет-реклами / J. J. Blazquez-Resino, J. Chamizo-Gonzalez // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 9. – Р. 246-254.
117.           Filipovic J. Effectiveness of various advertising appeals featured in banners = Ефективність різних рекламних прийомів у банерній рекламі / J. Filipovic, V. Marinkovic // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 6. – Р. 470-476.
118.           Nielsen измерит эффективность рекламы с помощью нейроисследований // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 5-6. – С. 28-31.

#### 4. Різновиди рекламної діяльності

119.           Березина С. "Зеленая" реклама, бренд и маркировка продукта : [экологическая сертификация продукции. Экологическая маркировка в Украине, других странах] / С. Березина // Діловий вісник. – 2012. – № 4. – С. 16-17.
120.           Бородаченко К. Хорошая видимость : [стеклянные витрины и стены в помещениях - как наглядная реклама] / К. Бородаченко // Бизнес. – 2012. – № 18-19 (7 мая). – С. 45-47.

121. Доценко А. Все об Indoor - рынке Украины : [определение термина. Основные сегменты рынка Indoor. Канал коммуникации Indoor позволяет провести рекламную кампанию для четко выделенной целевой аудитории] / А. Доценко, В. Доценко // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 1. – С. 26-39.
122. Губанова И. Оно вам надом : [украинская креативная реклама] / И. Губанова // Бизнес. – 2013. – № 5 (4 февраля). – С. 44-46.
123. Єременко С. Джинса - forever? : [джинса - зумисно прихована реклама або антиреклама, подана у вигляді новин, авторських текстів, телевізійних програм] / С. Єременко // Журналіст України. – 2014. – № 12. – С. 38-40.
124. Жосюй Д. Китайские бренды в "Трансформерах" : [скрытая реклама китайских брендов в фильмах] / Д. Жосюй, Ю. Сыи // Китай. – 2014. – № 8. – С. 54-55.
125. Клименкова А. М. Методика идентификации культурных кодов визуальной рекламы / А. М. Клименкова // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 2. – С. 50-56.
126. Ковальчук С. Сучасні напрями рекламно-інформаційного тренду : [креативна, нестандартна реклама, екстендери - додаткові частини рекламної комунікації] / С. Ковальчук // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 5. – С. 6-18.
127. Лылык И. Блеск и нищета рекламного креатива / И. Лылык // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 4. – С. 17-23.
128. Мамчур Л. Актуалізація правових передумов для викорінення сексистської реклами в Україні / Л. Мамчур // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 3. – С. 34-43.
129. Реклама на радио выросла на 25 % в первом полугодии 2012 года // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 4. – С. 78-81.
130. Ромат Е. Образ женщины в рекламе во времена Клары и Розы / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 2-3. – С. 68-73.
131. Ромат Е. Образ женщины в рекламе 1920-х гг. / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 4. – С. 52-57.
132. Ромат Е. Образ женщины в рекламе 1930-х годов : [история рекламы] / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 5-6. – С. 68-73.
133. Расходы на нативную рекламу за три года выросли на 600% : [исследование рынка нативной рекламы] / по материалам [www.earchegines.ru](http://www.earchegines.ru) // Маркетинговые исследования в Украине. – 2017. – № 3. – С. 60-61.

134. Тимченко А. С. Образ дитини у сучасній рекламі / А. С. Тимченко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2013. – Т. 5. – С. 182-184.
135. Хернандез-Брун А. Исследования рекламного креатива: не бойтесь быть непохожими на других / А. Хернандез-Брун // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 2. – С. 42-47.
136. Machova R. Shockvertising in selected European countries: Hofstede's dimensions analysis = Шокуюча реклама в обраних європейських країнах: аналіз за моделлю Хофстеде / R. Machova, E. S. Huszarik, Z. Toth // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 11. – Р. 32-42.
137. Mir I. A. Role of humor-based advertising in a crisis economy = Роль гумористичної реклами в умовах кризової економіки / I. A. Mir, M. V. Khan // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 3. – Р. 406-414.

### 5. Особливості складання рекламних текстів

138. Анзіна А. О. Правила оформлення рекламного листа в діловому англійському спілкуванні / А. О. Анзіна // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 4. – С. 391-393.
139. Бабин А. С. Лексическое наполнение рекламных текстов журнала "National Geographic" / А. С. Бабин // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 3. – С. 566-567.
140. Ч21  
Т39 Білоцерковська А. О. Прагматичні особливості відтворення автомобільного рекламного дискурсу при перекладі з англійської на українську мову / А. О. Білоцерковська, О. М. Хавкіна // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 4. – С. 63-65.
141. Войтенко С. В. Граматичні засоби посилення експресивності тексту реклами / С. В. Войтенко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 1. – С. 452-453
142. Ч21  
Т39 Войтенко С. В. Стилiстичні засоби інтенсифікації експресивності англійського рекламного наукового тексту / С. В. Войтенко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 1. – С. 142-143.
143. Ч21  
Т39 Дуйко Є. О. Особливості перекладу прийому "гра слів" у рекламних слоганах / Є. О. Дуйко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 2. – С. 177-178.
144. Ч21  
Т39 Євтифієва Т. В. Стратегії перекладу рекламних текстів / Т. В. Євтифієва // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 2. – С. 188-189.
145. Карпенко Д. TOUCHPOLL CLICKTEST. Тестирование рекламных материалов: от креативной идеи до каждого слова / Д. Карпенко // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 50-53.

146. Ч21 Костенко Г. М. Прагматична репрезентація рекламних текстів  
Т39 / Г. М. Костенко // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 4. – С. 31-32.
147. Курячая Е. Двигательная активность : [реклама: "оживление" печатных изображений с помощью незаметно "вшитых" в них QR-кодов (матричный, двумерный штрих-код)] / Е. Курячая // Бизнес. – 2013. – № 48 (2 декабря). – С. 59-61.
148. Лузан А. П. Языковые средства оценки в туристической рекламе / А. П. Лузан // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 4. – С. 380-382.
149. Ч21 Ревунова Я. О. Прагматичні особливості відтворення рекламного  
Т39 дискурсу сфери косметології при перекладі з англійської на українську мову / Я. О. Ревунова, О. М. Хавкіна // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 4. – С. 65-66.
150. Суворова Т. М. Стилiстичні засоби посилення експресивності тексту реклами / Т. М. Суворова // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 1. – С. 462-463.
151. Ч21 Усенко О. І. Експресивні засоби англomовних рекламних оголошень  
Т39 / О. І. Усенко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. – С. 90-92.
152. Ч21 Усенко О. І. Стилiстика англomовних рекламних текстiв / О. І. Усенко  
Т39 // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. – С. 96-98.
153. Ч21 Хавкіна О. М. Прагматичні особливості перекладу рекламних текстiв  
Т39 / О. М. Хавкіна // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 4. – С. 33-34.
154. Чжу Т. Культурный подтекст в рекламном слогане : [китайская культура в рекламе] / Т. Чжу // Китай. – 2016. – № 11. – С. 66-67.
155. Шишлик З. Лексикалізація образу Іспанії в англomовній туристичній рекламі / З. Шишлик, В. В. Горлачова // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2013. – Т. 4. – С. 292-294.

## 6. Інновації інтернет-реклами

156. Бабанина А. Инновации в кризис: пять технологий, которые уже изменили ритейл : [кассовая система самообслуживания, система электронных ценников, радиочастотная идентификация, Wi-Fi, цифровые рекламные панели ] / А. Бабанина // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 4. – С. 52-57.
157. Белікова Ю. Гендерні особливості інтернет реклами / Ю. Белікова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 1. – С. 31-34.



158. Ч21  
Т39 Бичкайло С. О. Місце і роль Інтернет-реклами в просуванні туристичного продукту / С. О. Бичкайло // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. – С. 78-79.
159. Вергун Д. Digital-реклама в банковском секторе : [как привести в банк новых клиентов] / Д. Вергун // Банковский менеджмент. – 2017. – № 3. – С. 45-46.
160. Гавриш О. Массовая онлайнизация : [интернет-торговля, интернет-реклама] / О. Гавриш // Новое время. – 2016. – № 31. – С. 30-33.
161. Грет М. Реклама бібліотек в блогах / М. Грет // Бібліотечний вісник. – 2015. – № 1. – С. 52-57.
162. Еннан Р. Реклама та спам у мережі Інтернет : [регулювання масових розсилок електронною поштою] / Р. Еннан // Інтелектуальна власність в Україні. – 2017. – № 1. – С. 36-42.
163. 10 правил эффективного объявления в контекстной рекламе // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 10. – С. 54-56.
164. Зюзиков А. Как выстроить воронку продаж с помощью Facebook : [реклама и интернет-продажи] / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 42-45.
165. Зюзиков А. Как легко создать рекламу в инстаграм за 5 шагов / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 1-2. – С. 66-73.
166. Зюзиков А. Рекламные возможности FACEBOOK - как увеличить свои продажи / А. Зюзиков // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 1. – С. 27-30.
167. Интернет-реклама не работает, если... : [системные проблемы при развитии интернет-маркетинга] // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 4. – С. 42-44.
168. Исследование факторов эффективности рекламы в Интернете // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 6. – С. 64-65.
169. К 2019 году затраты на programmatic составляют \$ 37 млрд : [новый способ покупки рекламы] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 5. – С. 56-57.
170. Как рассчитать ROI рекламных кампаний в социальных сетях : [ROI - return on investment - окупаемость своих инвестиций] / Genius Marketing // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 2-3. – С. 52-55.
171. Как рассчитать ROI рекламных кампаний в социальных сетях : [ROI - показатель окупаемости инвестиций] // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 9 (240). – С. 34-37.

172. Капинус Л. В. Сучасні тенденції розвитку електронної реклами / Л. В. Капинус // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 2. – С. 291-295
173. Кликабельность рекламы на Facebook во втором квартале упала на 5 % // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 4. – С. 59-61.
174. Кудрявцев Д. П. Світлодіодний рекламний модуль з Wi-Fi доступом / Д. П. Кудрявцев, О. О. Сбродов // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 1. – С. 269-270.
175. Мартинюк О. Захист прав споживачів в контексті рекламно-інформаційної діяльності / О. Мартинюк // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 4. – С. 19-23.
176. Медийная онлайн-реклама: топ-рекламодатели, системы размещения и потребители // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 2. – С. 69-73.
177. Мобильный поиск вытесняет десктопный : [интернет-реклама] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 2. – С. 70-71.
178. Объем глобального рынка интернет-рекламы составил \$ 23.3 млрд. // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 5-6. – С. 32-33.
179. Объем украинского рынка интернет-рекламы // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 2. – С. 74-75.
180. Рынок контекстной рекламы в Украине // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 2. – С. 82-87.
181. Секрет эффективности онлайн-рекламы в ее простоте // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 3. – С. 50-51.
182. Слободян М. 10 рабочих фишек в составлении интернет-рекламы / М. Слободян // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 6. – С. 38-40.
183. Тенденции развития интернет-рекламы в Уанете // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 5. – С. 64-67.
184. 621.37  
С91 Фандеева Е. А. Оптимизация процесса планирования рекламы в сети интернет / Е. А. Фандеева // Сучасні проблеми і досягнення в галузі радіотехніки, телекомунікацій та інформаційних технологій. – Запоріжжя, 2012. – С. 244-246.
185. Фандеева Е. А. Применение метода анализа иерархий для выбора рекламной сети в интернете / Е. А. Фандеева, В. В. Харченко // Радіоелектроніка, інформатика, управління. – 2014. – № 1. – С. 89-95.
186. Чего на самом деле хотят потребители от цифровой наружной рекламы? // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6. – С. 66-67.

187. 378  
Л89 Шелестова А. Онлайн-сервіси як засоби навчання студентів-документознавців (на прикладі дисципліни "Маркетинг і реклама в Інтернеті") / А. Шелестова // "Львівська політехніка" національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 853. Інформатизація вищого навчального закладу. – Львів, 2016. – С. 97-103.
188. Эффективность маркетинга и рекламы в социальных медиа // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 4. – С. 38-41.
189. Blazquez-Resino J. J. Assessing consumers attitudes towards web advertising in the service context = Оцінювання ставлення споживачів до онлайн-реклами в сервісному контексті / J. J. Blazquez-Resino // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 8. – Р. 212-223.
190. Digital-отрыв : [в 2016 г. украинские компании потратили на интернет-рекламу более 3 млрд грн. Digital-маркетинг выходит на уровень основного средства коммуникации, особенно в сегменте малого и среднего бизнеса] // Бизнес. – 2016. – № 49 (1244). – С. 60-61.
191. Ignitionone : доля Google на рынке поисковой рекламы в 2014 году сократилась // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 1. – С. 47-49.
192. Pursky O. I. Planning of advertising costs and vendor number at e-trade market = Планування витрат на рекламу і кількість продавців на електронному торговельному ринку / О. І. Pursky, В. В. Grynyuk, D. A. Shestopal // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3. – Р. 407-413.
193. PWC: в 2017 году интернет-реклама обогнала ТВ-рекламу по доходности / по материалам www.adindex.ru // Маркетинговые исследования в Украине. – 2017. – № 3. – С. 56-59.
194. YouTube назвал лучшие европейские рекламные ролики в 2016 году // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 2-3. – С. 48-51.

## 7. Особливості та тенденції розвитку соціальної реклами

195. Ч21  
Т39 Белецкая И. И. Социальная реклама в Украине: особенности и тенденции развития / И. И. Белецкая, А. А. Хитарова // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 3. – С. 251-252.
196. Булах Т. Теоретичне осмислення феномену реклами як засобу соціальних комунікацій / Т. Булах // Вісник Книжкової палати. – 2016. – № 5. – С. 41-44.
197. Исследование: молодежь чаще обращает внимание на социальную рекламу, чем люди старшего возраста // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 4. – с. 46-48.

198. Письменный О. А. Проблеми використання соціальної реклами в Україні / О. А. Письменный, К. С. Кунчева // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 2. – С. 451-452.
199. Подопрігора О. І. Психологічний вплив соціальної реклами / О. І. Подопрігора, Н. М. Девочкіна // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2016. – Т. 3. – С. 243-245.
200. Попович В. М. Соціальна реклама в українському інформаційному просторі / В. М. Попович, К. О. Рибаченко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2013. – Т. 5. – С. 239-241.
201. Ромат Е. Военные займы : как их продвигали в годы первой мировой войны : [история социальной рекламы в США] / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 2. – С. 52-59.
202. Ромат Е. Военные займы: как их продвигали в годы Первой мировой войны : [история социальной рекламы в США] / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 1. – С. 59-64.
203. Ромат Е. Социальная реклама: основные подходы и особенности / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 2-3. – С. 36-47.
204. 659 С43 Скляренко Н. В. Соціальна реклама в контексті дизайну : навч. посібник / Н. В. Скляренко, О. В. Романюк. – Київ : Олег Філюк, 2014. – 234 с.
205. Слынько В. В. Психологические, личностные и социальные зависимости потребителей рекламной информации / В. В. Слынько, Ю. В. Шинкаренко // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 2. – С. 430-431.
206. Смирнов А. Чтоб не поругали, или почему в Украине не работает социальная реклама / А. Смирнов // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 1. – С. 34-37.
207. Соловйов С. Г. Контекст стратегічних комунікацій на прикладі соціальної реклами / С. Г. Соловйов // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2015. – № 4. – С. 121-126.
208. Хелде А. Коммерческая реклама с социальным дискурсом как техника позиционирования бренда : [исследование влияния разнообразных техник коммерческой рекламы для привлечения большего числа потребителей] / А. Хелде // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 2. – С. 24-31.
209. Хмельюк К. Є. Загальна характеристика дискурсу соціальної реклами США / К. Є. Хмельюк, Е. О. Куц // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2015. – Т. 3. – С. 96-97.

## 8. Гендерні питання рекламної діяльності

210. Ш13(нем) В27 Велика І. О. Гендерні стереотипи у німецькомовному рекламному дискурсі : [монографія] / І. О. Велика, Р. Є. Пилипенко. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2012. – 308 с.
211. Давліканова О. Міжнародні практики протидії дискримінації за ознакою статі в рекламі через саморегулювання рекламного ринку / О. Давліканова, А. Євдокимова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 6. – С. 48-50.
212. Златова І. Маркетинговые исследования рекламы в Одессе на предмет наличия гендерной дискриминации (результаты мониторинга рекламы в Одесском регионе) / И. Златова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 2. – С. 31-38.
213. Куди звертатися, якщо вас образила реклама : [надані адреси регіональних представництв Індустріального Гендерного Комітету з Реклами (ІГКР)] // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 5. – С. 22-23.
214. Лейл Д. Гендерні питання - європейське бачення : [відображення гендерної дискримінації у рекламі] / Д. Лейл // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 1-2. – С. 7-11.
215. Лилик І. Громадські організації та бізнес: діалог 2015 року. Діяльність індустріального гендерного комітету з реклами / І. Лилик // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 1-2. – С. 12-15.
216. Решетілова Т. Гендерні особливості сприйняття зовнішньої реклами : [маркетингове дослідження зовнішньої реклами з гендерними ознаками] / Т. Решетілова, С. Довгань, К. Пілова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 59-70.

## 9. Новітні технології в зовнішній рекламі

217. Анализ украинского рынка наружной рекламы по итогам I квартала 2017 г. / по материалам пресс-релиза // Маркетинговые исследования в Украине. – 2017. – № 3. – С. 42-45.
218. Бородулькіна, Т. О. Представленість емоційних станів людини в зовнішній рекламі : [електронна стаття] / Т. О. Бородулькіна. – Електронні дані // EIRZNTU (Electronic Institutional Repository of Zaporizhzhya National Technical University). – Запоріжжя, 2015. – Режим доступу: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/1626>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 30.05.2017.
219. Внедрена новая методика измерения аудитории в наружной рекламе // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 4. – С. 80-83.

220. Измеряемая великобританская "наружка" : [исследования рынка наружной рекламы в Великобритании] / Researcher BigBoard Ukraine // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 3. – С. 54-56.
221. ИКНР расширяет контроль исследований аудитории наружной рекламы : [исследование аудитории наружной рекламы в Украине в 2015 году] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 5. – С. 34-38.
222. Индустриальный комитет наружной рекламы обнародовал отчет о развитии за 2015 год // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1. – С. 41-43.
223. 658.8  
С91 Козицька Г. В. Особливості використання відеобордів у сучасній рекламній практиці / Г. В. Козицька, Ю. О. Зибарева // Сучасні маркетингові технології в економіці та управлінні. – Запоріжжя, 2013. – С. 105-106.
224. Крапива С. Доска подсчета : [решение проблем размещения наружной рекламы и оформления вывесок] / С. Крапива, К. Павлов // Бизнес. – 2016. – № 3-4. – С. 8-10.
225. Крапива С. Присутственные места : [рынок наружной рекламы в Украине] / С. Крапива, К. Павлов // Бизнес. – 2015. – № 24 (1167), июнь. – С. 30-31.
226. Крепак А. Класифікація ротаційних кампаній у зовнішній рекламі / А. Крепак // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – № 1. – С. 71-79.
227. Лилик М. Огляд закордонних досліджень впливу зовнішньої реклами на безпеку дорожнього руху / М. Лилик // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 4. – С. 14-23.
228. Ч21  
Т39 Межинська Г. В. Особливості сучасної зовнішньої реклами / Г. В. Межинська // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2012. – Т. 4. – С. 368-369.
229. Межинська Г. В. Представленість емоційних станів людини у зовнішній рекламі / Г. В. Межинська // Тиждень науки. – Запоріжжя, 2013. – Т. 5. – С. 180-182.
230. Павлишина Н. М. Цвет, как инструмент маркетинговых коммуникаций в наружной рекламе / Н. М. Павлишина, А. Ю. Яблуновская // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 3. – С. 15-17.
231. Рибальченко С. А. Правове врегулювання розміщення рекламоносіїв на автомобільних дорогах - один із напрямів підвищення безпеки дорожнього руху / С. А. Рибальченко, О. В. Голоцван, А. М. Новікова // Автошляховик України. – 2015. – № 3. – С. 47-48.

## 10. TV- реклама

232. Крепак А. Телевізійна реклама: зважені рейтинги у медіаплануванні / А. Крепак // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2017. – № 1. – С. 62-72.
233. Макарський О. Під маркою спонсорства : [загальнонаціональні телерадіоорганізації продовжують розміщувати в проміжках з 6 до 23 години рекламу алкогольних брендів під виглядом спонсорства] / О. Макарський // Журналіст України. – 2013. – № 8. – С. 36-37.
234. Сравнительное исследование: TV-реклама и мобильная реклама // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1. – С. 28-30.
235. ТВ-реклама в Восточной Европе "оживет" к 2018 году : [прогнозы расходов на ТВ-рекламу] // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 1. – С. 65.
236. Шумілова О. А. Особливості реклами послуг на ринку телекомунікацій / О. А. Шумілова, К. О. Корнійчук // Тиждень науки - 2014. – Запоріжжя, 2014. – Т. 3. – С. 103-104.

## 11. Розвиток нових технологій в мобільній рекламі

237. Макаренко Л. Мобільний бум - маркетологам "на ринку". Підказки фахівців : [реклама у мобільних пристроях] / Л. Макаренко // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 3. – С. 24-30.
238. Мировой рынок мобильной рекламы - 2012: подводим итоги // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 2. – С. 53-57.
239. Мировой рынок мобильной рекламы взлетел на 82% - исследование // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 4. – С. 53.
240. Мобильная реклама будет расти гораздо быстрее, чем любые другие категории Digital Ad // Маркетинговые исследования в Украине. – 2014. – № 5-6. – С. 74-75.
241. Мобильный поиск вытесняет десктопный : [интернет-реклама] // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 2. – С. 70-71.
242. Новий канал комунікацій в Україні - сервіс рекламних рингбектонів Itone-реклама // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 5. – С. 67-68.
243. О мобильной рекламе и мобильном маркетинге // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 5. – С. 86-89.
244. 44 % пользователей мобильных телефонов читает рекламные сообщения // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 6. – С. 70-71.

245. Сравнительное исследование: TV-реклама и мобильная реклама // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 1. – С. 28-30.
246. ZenitnOptimedia: реклама в mobile обгонит десктоп в 2018 году : [перспективы мобильной интернет-рекламы] // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 1. – С. 18-19.



## Іменний покажчик

- Андрощук Г. 3  
 Анзіна А. О. 138
- Бабанина А.** 156  
 Бабенко К. С. 4  
 Бабин А. С. 139  
 Белецкая И. И. 195  
 Белоголовая М. 77  
 Березина С. 119  
 Белікова Ю. 157  
 Бичкало С. О. 158  
 Білоцерківська А. О. 140  
 Бородаченко К. 120  
 Бородулькіна Т. О. 113, 218  
 Булах Т. 196  
 Бурма С. І. 4  
**Велика І. О.** 210  
 Вербицкая Н. О. 61  
 Вергун Д. 159  
 Вирко А. 6  
 Височан О. С. 80  
 Візіренко С. В. 78  
 Вітренко А. 79  
 Войтенко С. В. 141, 142
- Гавриш А.** 160  
 Ганюков А. 9  
 Голоцван О. В. 231  
 Гончаров Ю. С. 43  
 Горбаль Н. І. 10  
 Горлачова В. В. 83, 155  
 Горонович С. 11  
 Грей О. 12  
 Грет М. 161  
 Грин Э. 13  
 Губанова И. 14, 122
- Давліканова О.** 211  
 Данилевська А. В. 15  
 Джонс П. 111  
 Довбищук О. В. 25  
 Довгань С. 216  
 Доценко А. 121  
 Доценко В. 121  
 Дудко О. С. 102  
 Дуйко Є. О. 143
- Еннан Р. 162
- Євдокимова А.** 211  
 Євтифієва Т. В. 144  
 Єременко С. 123  
 Єрмакова О. О. 78
- Жосюй Д.** 124
- Заевська Л.** 84  
 Зайцева В. М. 103  
 Зибарева Ю. О. 223  
 Златова И. 212  
 Зюзиков А. 164, 165, 166
- Каминский Д.** 23  
 Капинус Л. В. 172  
 Карпенко Д. 145  
 Карпов Е. Р. (Карпов Є. Р.) 24, 42  
 Каптюх Т. В. 86  
 Клименкова А. М. 125  
 Ковальчук С. 126  
 Козицкая Г. В. (Козицька Г. В.) 25, 26, 223  
 Козлова К. С. 26  
 Конон Л. 28  
 Корнійчук К. О. 236  
 Костенко Г. М. 146  
 Кракович Д. 29  
 Крапива С. 224  
 Крепак А. 226, 232  
 Круглікова В. В. 30  
 Кудрявцев Д. П. 174  
 Купреєва О. П. 87  
 Курячая Е. 147
- Лазерник М.** 31, 32, 33, 34, 35  
 Левченко А. О. 36  
 Левченко С. А. 55  
 Лейл Д. 214  
 Леськів О. А. 67  
 Лузан А. П. 148  
 Лылык И. (Лилик І.) 127, 215, 227
- Макаренко Л.** 237  
 Макарьський О. 233

- Мамчур Л 128  
Манжос Т. В. 88  
Манькова А. А. 87  
Мартиненко О. 175  
Медведева Г. В. 37  
Межинська Г. В. 228, 229  
Мельник О. О. 88
- Николаева Т.** 38  
**Никоненко С. В.** 105  
**Новикова А. М.** 231
- Окландер І.** 106  
**Олефір А. О.** 89
- Павлишина Н. М. (Павлішина Н.М.)**  
107, 108, 230  
**Павлов К.** 224  
**Панкова А. Ю.** 24, 42, 62  
**Пасечник В.** 109  
**Патраخالко К. С.** 43  
**Пашков В. М.** 89  
**Перевертайло А. В.** 90  
**Пилипенко Р. Є.** 210  
**Пирогова Т.** 96, 97, 98, 99, 201, 202  
**Письменный О. А.** 198  
**Пілова К.** 216  
**Подопрігора О. І.** 199  
**Попова Ю. М.** 44  
**Попович В. М.** 200  
**Потребна В. А.** 91  
**Примак Т.** 110  
**Пташник В.** 94  
**Пугачова Ю. В.** 95
- Ревунова Я. О.** 149  
**Решетілова Т.** 216  
**Рибальченко С. А.** 231  
**Рибаченко К. О.** 200  
**Романюк О. В.** 204  
**Ромат Т.** 50  
**Ромат Е.** 47, 48, 49, 96, 97, 98, 99, 100,  
130, 131, 132, 201, 202, 203
- Санжаровська-Гурлач Л.** 94  
**Сбродов О. О.** 174  
**Сердечна Л. В.** 52, 53  
**Сиволап Т. Г.** 54  
**Сигида Г. А.** 55  
**Склярєнко Н. В.** 204
- Слободян М.** 182  
**Слынько В. В.** 205  
**Смирнов А.** 206  
**Соловйов С. Г.** 207  
**Соломянюк Н. М.** 56  
**Суворов Т. М.** 150  
**Сухорученко Ю. В.** 108  
**Съи Ю** 124
- Табунщик Г. В.** 43  
**Твоус Д.** 111  
**Тейлор Э.** 112  
**Тимченко А. В.** 54  
**Тимченко А. С.** 134  
**Третьяк К. Г.** 113
- Усенко О. І** 151, 152
- Фандеева Е. А.** 184, 185  
**Фандеева К. О.** 30  
**Федоришина Е.** 57  
**Фролов Д.** 59
- Хавкіна О. М.** 140, 149, 153  
**Хельде А. А.** 60, 208  
**Хернандез-Брун А.** 135  
**Хламов С. В.** 64  
**Хлюст Л. П.** 61, 114  
**Хмельюк К. Є.** 209  
**Холод О. А.** 62
- Чиглинцев С.** 63  
**Чжу Т.** 154
- Шведун В. О.** 64, 65  
**Шестопалова А.** 187  
**Шинкаренко Ю. В.** 205  
**Шишлик З.** 155  
**Шмиголь Н. М.** 66  
**Шумілова О. А.** 236
- Юринець З. И.** 67
- Яблуновская А. Ю.** 107, 230
- Abbas Q** 73
- Blazquez-Resito J. J.** 116, 189
- Chamizo-Gonzalez J.** 116

**Filipovic J.** 117

**Grynyuk B. V.** 72, 192

**Hernandez R.** 68

**Humayoun A. A.** 69

**Hunjra A. I.** 69

**Huszarik E. S.** 136

**Khan M. B.** 137

**Kostic-Stankovic V.** 101

**Machova R.** 136

**Madiawati P. N.** 71

**Makajic-Nikolic D.** 101

**Manzhos T. V.** 70

**Marinkovic V.** 117

**Martic M.** 101

**Mir I. A.** 137

**Mirza H. H.** 73

**Pradana M.** 71

**Pursky O. I.** 72, 192

**Rauf-I-Azam** 69

**Shan S. Z.** 73

**Shestopal D. A.** 72, 192

**Toth Z.** 136

## Зміст

Вступ.....	3
1. Маркетингові дослідження в рекламі.....	4
2. Рекламні інновації у господарських сферах.....	10
3. Ефективність рекламної діяльності.....	12
4. Різновиди рекламної діяльності.....	13
5. Особливості складання рекламних текстів.....	15
6. Інновації інтернет-реклами.....	16
7. Особливості та тенденції розвитку соціальної реклами.....	19
8. Гендерні питання рекламної діяльності.....	21
9. Новітні технології в зовнішній рекламі.....	21
10. TV- реклама.....	23
11. Розвиток нових технологій в мобільній рекламі.....	23
Іменний показчик.....	25